Rok I. Warszawa, dnia 11 września 1938 r. Nr. 31 (8)

BIULETYN GOSPODARCZY

ŚWIATOWEGO ZWIĄZKU POLAKÓW Z ZAGRANICY

Redakcja i Administracja: Warszawa, ul. Mazowiecka 1. Tel. 666-04 i 666-07. Konto PKO. 13414.

HANDEL i PRZEMYSŁ

Stan kupiectwa i rzemiosła polskiego w Belgii

W większych skupiskach Polaków na terenie Belgii — Wychodztwo Polskie posiada własne sklepy i warsztaty pracy. Pierwsze przedsiębiorstwa polskie powstałe wśród Emigracji powojennej w Belgii, datują się od 1923 roku. Pierwsi kupcy polscy w Belgii, nim otworzyli swój handel, pracowali w kopalniach węgla i dopiero z zaoszczędzonych pieniędzy zakładali swoje przedsiębiorstwa. W późniejszych latach przybyło wielu kupców — rzemieślników polskich z Francji, gdzie zdobyli więcej doświadczenia handlowego i oni przybywając na tutejszy teren rozpoczęli konkurencję.

Kupcem w Belgii może być każdy kto posiada pieniądze, władze administracyjne, przemysłowe i zawodowe, nie robią żadnych trudności przy zakładaniu przedsiębiorstwa. Toteż wielu kupców polskich noszących tytuł „negotiant" nie będąc fachowcami zakładali rzeźnictwa, piekarnie i inne interesy wymagające umiejętności fachowych. Taki niefachowy kupiec, brał sobie do pomocy, a często i do spółki wykwalifikowanego czeladnika. Bywało i tak, że czeladnik takiego niefachowego w rzemiośle kupca zostawał właścicielem całego przedsiębiorstwa.

Pierwsze przedsiębiorstwa polskie pracowały w bardzo prymitywnych warunkach. Sklepy urządzane były w prywatnych mieszkaniach, bufet zwany pospolicie „ladą" składał się z kilku zbitych skrzyń, półki aby nie stały puste, zapełniane bywały reklamowymi pudełkami od mydła, papierosów i t. p. Przedsiębiorstwa polskie poparte przez Emigrację dość szybko rozwijały się — już po pięciu latach prowadzenia handlu wielu naszych polskich rzeźników, piekarzy, właścicieli sklepów kolonialnych i innych nabywało własne domy, i dzisiaj urządzenia ich sklepów znajdujących się w koloniach polskich, w miejscowościach górniczych, z powodzeniem mogłyby być zainstalowane w miastach stołecznych. Wystawy szerokie, o wielkich oknach, ściany marmurowe, takiż bufet, wagi automatyczne, oszklone lodownie (motorowe), samochody do rozwożenia towaru, w warsztacie nowoczesna maszyneria jednym słowem, dumni możemy być z wielu polskich przedsiębiorstw na tutejszym terenie.

Często nasz polski kupiec — rzemieślnik bywał wzorem dla kupca belgijskiego. Nie zawsze jednak kupiec polski potrafił podołać przedsięwzięciu. Znane są wypadki upadłości przedsiębiorstwa polskiego przez zbyt łatwowiernie udzielony kredyt, nieuczciwość odbiorców, lub nieznajomość fachu. Zła kalkulacja, utrata klijentów, niefortunne kupno nieruchomości i rozmaite trudności konkurencyjne, stały się powodem wielu polskich upadłości, przeprowadzonych formalnie przez sądy handlowe belgijskie.

Stan kupiectwa i rzemiosła polskiego w Belgii przedstawia się w liczbach następująco: sklepów rzeźniczych 28, piekarni 9, sklepów kolonialnych około 40, kawiarni 30, szewców 6, hurtownia wódek 1, sklepów z wódką 5, krawców 20, kino 1, owocarnia 1, zakładów fryzjerskich 22, skład mięsa końskiego 1, krawcowe 6, fryturnia 1, rozwoziciele węgla 2. Do emigracji zarabiającej z interesu należą też hotelarze, których jest około 30. Wymienionych tutaj przeszło 200 Polaków utrzymuje się wyłącznie z interesu, prócz tego jest jeszcze około stu Polaków, którzy posiadają mniejsze interesy, a ich właściwy dochód opiera się na pracy w kopalni czy fabryce.

Właściciele sklepów, rzeźnictw, piekarń i innych przedsiębiorstw handlowych zatrudniają u siebie przypuszczalnie około 200 czeladników, szoferów, praktykantów i służby domowej. Na podstawie tej statystyki można śmiało powiedzieć, że z handlu i rzemiosła polskiego w Belgii wliczając właścicieli przedsiębiorstw ich rodziny i pracowników — utrzymuje się około 1300 osób (Polaków). Jest to jednak bardzo mały % w stosunku do Emigracji robotniczej, którą oblicza się na 30 tysięcy.

Tak przedstawia się stan handlu i rzemiosła polskiego w Belgii, o ile nie wliczać w powyższe sumy handlujących na tutejszym terenie żydów

polskich, których interesy są w Belgii bardzo rozgałęzione.

Jest jeszcze w Belgii handlująca Emigracja przedwojenna. Są to już Polacy zamożni, prowadzący interesy jedynie wśród Belgów, a nawet na terenie międzynarodowym. Kupcy polscy przedwojenni, których tutaj znamy, są żonaci z belgijkami, zaś kupcy-rzemieślnicy powojenni w 90% tworzą rodziny polskie.

Na zakończenie nadmienić muszę, że zasadniczo bardzo mało synów i córek naszej Emigracji kształci się w kierunku zawodowym. Przeważnie syn naszego emigranta górnika, gdy ukończy 16 lat zaraz idzie do pracy w kopalni, córka zaś opuszcza dom, udając się do służby domowej do większych miast jak Bruksela, Antwerpia, Liege i in.

Inicjatywa Światowego Związku Polaków z Zagranicy w kierunku pracy nad rozwojem przemysłu i handlu, rzemiosła, rolnictwa, i spółdzielczości na terenach emigracyjnych — przyczyni się niewątpliwie do zorganizowania się przede wszystkim kupców i rzemieślników na terenach emigracyjnych i stanie się czynnikiem uświadamiającym wychodztwo w dziedzinie gospodarczo — handlowej. Biuletyn Gospodarczy, wydawany przez Światowy Związek Polaków, powinien dotrzeć do wszystkich polskich kupców i rzemieślników na Emigracji.

Zasobna materialnie i silna gospodarczo Emigracja — to walor potęgi gospodarczej Polski.

Janusz Hełman

Jak zorganizować konkurs wystaw sklepowych

W poprzednim, handlowo - przemysłowym numerze Biuletynu, omówione zostały czynności wstępne przy organizowaniu konkursu. Dzisiejszy artykuł opisuje czynności wykonawcze, dokonywane przez Komitet Organizacyjny konkursu. Dwa następne (handlowo - przemysłowe) numery Biuletynu, zawierać będą materiały, które wyczerpią i zamkną całokształt prac konkursowych.

Redakcja

Prace wykonawcze

Komisja Wykonawcza, powołana przez Komitet Organizacyjny, rozpoczyna swą działalność od opracowania i przygotowania niezbędnych materiałów technicznych. W pierwszym rzędzie listu do firm, zapraszającego do udziału w konkursie.

Wzór listu

KOMITET ORGANIZACYJNY
KONKURSU WYSTAW SKLEPOWYCH
(Adres) .... (Teleton)

Szanowny Panie!

Wszystko, co zmierza do zwiększenia obrotów i rentowności przedsiębiorstwa, zasługuje na szczególną uwagę. Znaczna część trosk kupca - detalisty mogłaby zniknąć, gdyby się udało podnieść targi dzienne i utrzymać je na poziomie wyższym od dzisiejszego.

Wiemy doskonale, jak wielki wpływ na obroty ma dobra, skuteczna reklama. I bardzo dobrze znamy korzyści najlepszego ze środków reklamowych— okna wystawowego. Oczywiście pod warunkiem, że będzie to okno naprawdę atrakcyjne, umiejętnie urządzone, czysto, starannie utrzymane.

Lśniąca szyba, ładna dekoracja, umiejętny dobór i rozstawienie towarów, czytelnie i estetycznie wykonane napisy, dobre oświetlenie i prosty, ale dostosowany do całości szyld — składają się na to, co przechodnia nie tylko zatrzyma, ale i zachęci do kupna. Każdy właściciel sklepu z własnej obserwacji wie doskonale, że towar zachęcająco pokazany w oknie wystawowym jest już w połowie sprzedany.

Celem zwiększenia zainteresowania konsumentów oknem wystawowym, jak również dla zachęcenia kupiectwa do coraz lepszego urządzania wystaw, odbędzie się w (miasto) Konkurs Wystaw sklepowych.

Komitet Organizacyjny zaprasza Szan. Pana do wzięcia udziału w tym konkursie i zawiadamia jednocześnie, że specjalny delegat komitetu zgłosi się do Szan. Pana, przedstawi szczegóły konkursu i przyjmie Jego zgłoszenie.

Sekretarz (—) .... *Przewodniczący Komitetu* (—) ....

załącz.: regulamin konkursu

* * *

Jednocześnie z wysyłką listów do kupców, należy skierować do redakcji miejscowych pism gotowe teksty wzmianek, z prośbą o bezpłatne zamieszczenie. Wogóle kontakt z prasą powinien być jak najbardziej bliski. W tym celu należy zaprosić przedstawicieli organizacyj dziennikarskich (o ile istnieją), lub wprost przedstawicieli wydawnictw, do komitetu organizacyjnego i do sądu konkursowego. Nie trzeba zapominać, że prasa chętnie wydrukuje listę uczestników, lub też może stale informować o postępie prac organizacyjnych, nie mówiąc już o ogłaszaniu wyników konkursu.

Wślad za listami, powinien niezwłocznie od-

wiedzić firmy kupieckie, specjalny delegat Komitetu Organizacyjnego. Musi to być człowiek dokładnie zorientowany w całokształcie organizowanego konkursu, oraz posiadający pewne wyrobienie handlowe, duży takt życiowy i umiejętność zachęcania i przekonania rozmówców.

Najlepiej jest odwiedzać firmy w czasie zmiejszonego ruchu kupujących w sklepie. Delegat Komitetu Organizacyjnego powinien zdawać sobie sprawę, że powodzenie konkursu zależy w dużej mierze od rezultatów jego wizyt. Każde odwiedziny w sklepie muszą się zakończyć przyjęciem nowej karty zgłoszeniowej do konkursu, wypełnionej i podpisanej pod stemplem firmowym przez właściciela sklepu, lub zarządzającego. **Antoni Żmigrodzki**

Do poprzedniego artykułu p. t. „Jak zorganizować konkurs wystaw sklepowych" wkradły się niestety błędy, które dziś prostujemy. Mianowicie w punkcie 13 zamiast „od 1-go okresu"... ma być „od 1-go okna". W tym samym punkcie podano w nawiasie „(dla przykładu)", które należy wykreślić.

W wierszu 18-tym od góry, kolumna prawa zamiast „jednej osobie zapewni się technicznymi" ma być „jednej osobie zajęcie się technicznymi", oraz w ustępie p. t. „Prace wykonawcze" w punkcie 1-szym zamiast „listu do pism" ma być „listu do firm".

Redakcja

KARTA ZGŁOSZENIOWA

Do Komitetu Organizacyjnego Konkursu Wystaw Sklepowych

w .... (miasto)

ulica ....

Niniejszym zgłaszam .... okien do Konkursu Wystaw Sklepowych, który odbędzie się w czasie od ...... do ...... Proszę o zaliczenie do grupy ....

Przypadająca należność z tytułu wpisowego w sumie zł. .... (słownie zł. ....) zostanie wpłacona na konto Nr. .... lub upoważnionemu inkasentowi, po otrzymaniu odnośnego kwitu wraz z ostemplowaną tabliczką, którą ulokujemy w oknach konkursowych w okresie trwania Konkursu.

Warunki Konkursu znam i zobowiązuję się do przestrzegania regulaminu.

Dnia .... 193 ..... r. *podpis i stempel firmowy*

Dokładny adres zgłoszonych witryn ....

Konkurs Fotograficzny

Światowy Związek Polaków z Zagranicy ogłasza konkurs fotograficzny w którym mogą wziąć udział wszyscy Polacy, zamieszkujący stale lub czasowo poza granicami Państwa Polskiego. Z nadesłanych na konkurs prac zorganizowana zostanie w czasie III Zjazdu Polaków z Zagranicy specjalna wystawa fotograficzna, która zobrazuje wiernie i wszechstronnie życie Polaków Zagranicą. Fotografie nagrodzone przejdą na własność instytucji fundujących nagrody, lub też Światowego Związku Polaków z Zagranicy. Fotografie powinny być związane chociażby luźno z życiem, lub przeszłością Polonii zagranicznej, technika fotografii dowolna, a format najmniejszy 13 x 18 cm. Fotografie przesyłać należy do Światowego Związku Polaków z Zagranicy, Warszawa ul. Mazowieka 1 m. 5.

Bliższych szczegółów o konkursie, jak i wzoru karty zgłoszenia, udzielić może prasa polska zagranicą, poinformowana przez Światowy Związek specjalnymi komunikatami.

Kobiety w handlu

Zdawałoby się, że zagadnienie jest jasne i zrozumiałe: skoro tak przeważającą część wszystkich zakupów towarowych zawdzięcza się kobietom, powinien być również i ich udział w czynnym handlu odpowiednio duży. Kobiety odznaczają się przecież znacznie większą niż mężczyźni delikatnością i taktem, potrafią wnikliwiej wczuwać się w potrzeby klientów, lepiej wyzyskują wrodzoną intuicję, toteż dziedzina handlu, dziedzina pracy za stołami sprzedażowymi powinna stać dla nich otworem. Pamięć, zdolność skupiania się, łatwość budzenia w sobie zamiłowania do wykonywanej pracy, rzetelność i sumienność, lojalność dla przedsiębiorstwa, a zarazem życzliwość dla klienta — oto niewątpliwie zalety kobiet zatrudnionych w handlu. Rzecz prosta, że nie wszystkich kobiet, ale znacznej większości.

Nawet pod względem wytrzymałości fizycznej, odporności na znużenie, wytrwałości w trudnych warunkach sklepu czy straganu stoi kobieta wyżej od mężczyzny. Najwidoczniej pozory mylą: barczysty mężczyzna szybciej się męczy niż kobieta, a rzadko kiedy wykazuje tyle co kobieta cierpliwości. Nie trzeba traktować tego jako komplementu pod adresem kobiet, wynurzenia te są jedynie i wy-

łącznie próbą obiektywnej oceny walorów pracy kobiet w handlu detalicznym.

Jest jedna jeszcze zaleta, choć zaleta nie w skali ogólnych interesów życia gospodarczego, ale jedynie interesów indywidualnych danego przedsiębiorstwa. Zaletą tą jest brak ambicji usamodzielniania się, brak dążeń do zakładania przedsiębiorstw samodzielnych. Przeciętny mężczyzna zatrudniony w charakterze sprzedawcy wykazuje w krótkim czasie konkretne aspiracje: zebrać trochę kapitału i otworzyć własną placówkę w tej samej lub pokrewnej branży. Kobieta jest pod tym względem znacznie... pewniejsza, bo gotowa jest przez całe życie (chyba że wyjdzie zamąż!) siedzieć w tym samym przedsiębiorstwie na pensji.

Na wielu stanowiskach kobieta jest wręcz niezastąpiona: jako kasjerka wykazuje nie tylko sumienność, ale przede wszystkim brak nałogów, doprowadzających w rezultacie do przywłaszczeń: nie gra w karty, nie chodzi na wyścigi, nie przesiaduje w knajpach z podejrzanymi znajomymi. Jako buchalterka jest dokładna i staranna, a choć nie zawsze potrafi objąć całość interesów i ułożyć samodzielnie plan prowadzenia księgowości, kontroli, statystyki i tp., nie daje się prawie nigdy nakłonić do „naciągania". Jako czynna sprzedawczyni, jako nawet kierowniczka akwizycji lub przełożona grupy sprzedawców przejawia niemal zawsze bezstronność w ocenie.

No, pięknie, a czy wiemy ile kobiet pracuje u nas w handlu? Czy orientujemy się, jakie zajmują one stanowiska? Ile zarabiają? Jakie mają przygotowanie zawodowe? Nie, niestety, tego nie wiemy. A szkoda, bo rzucałoby to interesujący snop światła na zagadnienie, które powinno być dokładnie badane i komentowane.

Pierwszą jaskółką jest książka bardzo pożyteczna, sumiennie i rzetelnie opracowana przez żeńskie Gimnazjum Kupieckie w Krakowie. Tytuł: „Zatrudnienie kobiet w handlu na terenie miasta Krakowa". Książka wydana pięknie i ułożona przejrzyście, oparta jest na źródłowych materiałach i jest zbiorową pracą profesorek gimnazjum i jego wychowanek. Czyta się tę książkę jak powieść, tak jest interesująca, a zarazem jak dziełko naukowe, którego metody ujmowania zagadnienia można postawić za wzór.

NADSYŁAJCIE Wiadomości o polskiej pracy gospodarczej na waszym terenie. Współpraca Wasza dostarczy nam materiałów, a innym terenom informacji o Waszej pracy.

KRONIKA

Przywóz towarów Polskich do Danii

Badania ostatnio przeprowadzone przez Duńsko-Polską Izbę Handlową wykazały że istnieją możliwości ulokowania na rynku duńskim pewnych artykułów.

Artykułami tymi między innymi są: cerata, obuwie gumowe, karbid, klej, lak, oleje smoliste żywiczne, olej terpentynowy oraz smoła drzewna i żywica.

Wywóz wyżej wymienionych artykułów do Danii wolny jest od ograniczeń kontyngentowych.

Eksport Polski do Niemiec

Zawarta została umowa gospodarza polsko-niemiecka, która weszła w życie z dniem 1-go września b. r.

Ogólny poziom przyszłych obrotów polsko-niemieckich ustalony został w nowej umowie na 260 milionów zł. rocznie po stronie importu oraz eksportu. Oznacza to powiększenie dotychczasowych łącznych obrotów polsko-niemieckich i polsko-austriackich o dalsze 26 miln. zł. w stosunku rocznym. Na podstawie omawianej umowy udział rolnictwa w eksporcie do Niemiec wynosić będzie około 70 proc., przemysłu zaś okało 30 proc.

PORTUGALIA.

Eksport chodowlany

Według danych Gł. Urzędu Statystycznego w ciągu pierwszych 5 miesięcy 1938 r. wywieziono zwierząt żywych 344.206 i 374.597 q wytworów pochodzenia zwierzęcego ogólnej wartości 89.641 tys zł. W analogicznym okresie 1937 r. zwierząt wywieziono 283.652 sztuk i wytworów 321. 704 q ogólnej wartości 70.472 tys. zł. Wywóz więc zwierząt w roku bież. wzrósł o 21,3%, wytworów — o 16,4%, a ogólna wartość tego wywozu o 27, 2%. Wartość 344.206 sztuk wywiezionych zwierząt wynosiła 21.087 tys. zł., ryb skorupiaków i mięczaków wywieziono 707 q za 261 tys. zł., mięsa i wytworów hodowli — 350.178 q za 60.402 tys. zł. oraz onnych surowców i odpadków pochodzenia zwierzęcego 23.712 q wartości 7.891 tys. zł.

Górnicy francuscy zgodzili się na zwiększenie czasu pracy

Krajowa rada górników francuskich zatwierdziła umowę zarobkową dla górników z dn. 1 września, przewidującą poza podwyżką zarobków poważne zwiększenie czasu pracy w górnictwie, jak również intensyfikację produkcji węgla we Francji.

Tego rodzaju wynik obrad krajowej rady górników jest uważany za poważną klęskę akcji komunistów na terenie zawodowym. Komuniści bowiem po podpisaniu powyższej umowy rozpoczęli kampanię wśród górników departamentów północnych za odrzuceniem umowy.

Wydawca: Światowy Związek Polaków z Zagranicy: Inż. J. Grabowski   Redaktor Wydawnictw Ś. Z. P. z Z.: Wł. Oszelda

Drukarnia „Wiek Nowy", Warszawa, ul. Nowe-Miasto 1, tel. 11-33-05